

TITULO
ENSAYO



- **Materia:** Acción Promocional
- **Docente:** Sarain Gumeta Moreno
- **Licenciatura:** Medicina Veterinaria y Zootecnia
- **Cuatrimestre:** 6to A
- **Nombre del alumno:** Eunice Michell Domínguez Castañeda

INTRODUCCIÓN

En este ensayo hablaré sobre temas muy importantes, como son los diferentes medios y estrategias para la publicidad, este trabajo es de suma importancia ya que la publicidad es algo muy interesante, gracias a ella acrecienta el poder adquisitivo hacia las personas, la principal función que toda acción publicitaria debe tener es la de comunicar a sus audiencias identificadas los objetivos de la mercadotecnia. Por lo tanto, debe entenderse como una herramienta de la mercadotecnia.

El éxito de la publicidad se basa en la definición de objetivos específicos. Dichos objetivos, antes de trazarse, deben resolver algunas cuestiones mercadotécnicas que tienen el potencial de convertirse en obstáculos de la propia publicidad. va de la mano con el marketing directo ya que es la publicidad en la que invierten más y tiene mayor demanda en el mercado, de igual forma se desarrollaran sus respectivos elementos básicos.

DESARROLLO

El marketing directo es una forma de hacer marketing que utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica, que es susceptible de medición. Sus resultados y su eficacia se pueden medir, es una técnica que facilita la toma de contacto de forma directa e inmediata con nuestro target, esto es, permite conocer diferentes informaciones sobre nuestro público objetivo a través de las bases de datos, identificándolo en términos de perfil individual, ofreciéndonos, por tanto, una gran personalización. Esto hace que se dirija únicamente al público que desea ir frente a los demás sistemas, que utilizan medios, ayuda a crear bases de datos. Independientemente de que en un momento determinado se compren, las empresas han de tender a crear sus propias bases de datos.

Fidelización. Al establecerse una comunicación interactiva con el cliente, se llega a conocerle más profundamente, lo que nos permitirá poder ofertarle aquello que realmente satisfaga sus necesidades. El marketing de relaciones tiene aquí su máximo exponente. Es interactivo. Comunica de forma directa el mensaje a su público objetivo, obteniendo de él una respuesta inmediata y pudiéndole responder de la misma forma, e-mail marketing, posibilidad de evaluar las estrategias comerciales. Las respuestas que se obtengan nos permitirán analizar los resultados de una determinada campaña.

Para que todo esto pueda realizarse de la mejor manera debemos de tener un plan de marketing, debemos de saber los puntos clave, tendremos que realizar una estrategia de marketing analizando la situación de la empresa desde todos los puntos, junto con el entorno económico en el que se encuentra, también se realizara un estudio de los clientes potenciales, las personas que sean susceptibles de realizar una compra, en base a esto debemos de saber cómo nuestra competencia está actuando, las intenciones y a que nos vamos a estar enfrentando. Fijar objetivos claros y específicos es el primer paso hacia el éxito en la estrategia a realizar, emprender una acción lo más personal posible es quizá la manera de conseguir mejores resultados. La efectividad de un plan de marketing muchas veces se basa en la segmentación de sus acciones, en función de los posibles focos de acción sobre los que actuar. En el mundo actual todos tenemos acceso a casi todo. Internet está al servicio de todos, por lo que cualquier estrategia de marketing digital exitosa debe ser una que sea capaz de captar la atención de un determinado público, por lo que debe ser lo más personalizada posible. El marketing digital es una potente herramienta para darse a conocer, pero se debe utilizar de forma sabia para poder sacar el máximo partido. Publicidad enfocada a los perfiles característicos de cada persona es algo que nunca debe perderse de vista en el plan de marketing.

Por ultimo debemos de aplicar las estrategias fijadas para que todo pueda funcionar de la mejor manera y tener unos buenos resultados.

CONCLUSIÓN

Para concluir se podría decir que la publicidad desde sus inicios a tenido como finalidad persuadir al público a la que está dirigida, nadie está a salvo de su poder ya que está en todas partes a donde dirijamos la mirada podremos encontrar algún tipo de publicidad, si no miramos de seguro la escucharemos y muchas de las veces ni siquiera nos percatamos de su presencia ya que nos las envían directamente al subconsciente mediante mensajes subliminales, de la manera en el que el marketing directo va relacionado con la publicidad y los elementos básicos que lo conforma cada uno de ellos.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

<http://www.aulafacil.com/Publicidad/Lecc-28.htm>

Antología acción promocional